



Sales DM

Misurazione ed Analisi del processo di vendita sui canali Retail e Franchisee

La soluzione permette l'analisi, la misurazione ed il controllo del processo vendita sui canali Retail e Franchisee rispetto ad aspetti quali performance degli store, del prodotto e del processo di vendita in negozio.

In particolare, il sistema permette la valutazione di fenomeni quali:

- Curva di vendita del prodotto
- Indici di copertura
- Politiche di replenishment
- Criticità di approvvigionamento
- Strategie di proposizione del prodotto in negozio
- Bench marking della catena di vendita
- strategie di pianificazione nuove aperture

È a supporto dei processi di definizione delle politiche di markdown, pricing e production planning.

La soluzione

Il modello di reporting per i canali di vendita Retail e Franchisee, permette di effettuare analisi temporali sulle vendite (settimanali, mensili, stagionali, annuali) ed analisi di trend sull'andamento dei negozi nel tempo rispetto alle metriche di Venduto, Giacenze, e Pianificato.

E' articolato in una ampia varietà di analisi che permettono all'utente di focalizzarsi su una particolare aspetto del processo di vendita.



In particolare, il sistema permette analisi di scostamento sulle vendite di tipo :

- Actual vs Actual anno precedente
- Actual vs Budget

Rispetto ai periodi di riferimento:

- Year To Date
- Season To Date
- Month To Date
- Week To Date

Le Analisi di trend di vendita sono disponibili con granularità temporale:

- Year
- Season
- Month
- Week

Tutte le analisi possono essere fatte a quantità ed a valore, sia in valuta locale che in euro, applicando coefficienti cambio di periodo o constant currency rispetto ai cambi di pianificazione.

La lettura delle analisi può essere perseguita rispetto a dimensioni quali:

- Geografia
 - Store e classificazioni
 - cluster di comparabilità
 - tipologia di negozio (flagship, DOS, duty free, Outlet, franchisee, ecc).
 - Store ranking
- Canale di vendita (DOS, Outlet, Franchisee, ecc.)
- Stagione
 - Collezione
- Prodotto e relative classificazioni quali:
 - classificazione merceologia,
 - stagionalità del prodotto
 - Cluster di vendita
 - Significatività

Rispetto ad indicatori quali:

- Sales

- Giacenze di negozio e magazzino regionale di distribuzione
- Merce in transito, store to Store, Warehouse to Store, Store to Warehouse
- Ordinato Aperto
- Sell-thru delle vendite su negozio
- Store Entrance inteso come numero di clienti in negozio
- Store Visit, ovvero numero di persone entrate in negozio
- Indice di vendita per metro quadro
- Indice di vendita per FTE
- Indice di vendita per Store Entrance
- Indice di vendita per Store Visit

Store performance

Il sistema di reportistica permette di valutare le store performance rispetto a fenomeni quali:

- Curva di vendita degli store
- Analisi di bench marking sulla catena di vendita
- Analisi di efficienza del processo di vendita
- Differenziale di risposta del mercato al marchio

È inoltre a supporto della definizione delle strategie di:

- Pianificazione nuove aperture e riorganizzazione della catena di vendita
- Proposizione del prodotto in negozio
- Pianificazione delle campagne marketing

Il modello di reporting è inoltre corredato di un set di report specifici quali per esempio quelli relativi ai best store, che forniscono highlights di particolari fenomeni.

Product Performance

Il sistema permette di valutare le performance del prodotto mediante un set di reportistiche che permettono di analizzare e monitorare fenomeni quali:

- Curva di vendita del prodotto
- Indici di copertura
- Criticità di approvvigionamento
- Differenziale di risposta del mercato al prodotto

È inoltre a supporto della definizione di:

- Politiche di replenishment
- Strategie di proposizione del prodotto
- Politiche di pricing e mark down

Il modello di reporting è corredato di un set di report specifici quali per esempio quelli relativi ai best seller, che forniscono highlights di particolari fenomeni.

Store Sale Process Performance

Il sistema permette di valutare l'efficacia del processo di vendita in negozio attraverso indicatori quali:

- Vendite per numero di visite in negozio
- Volume della singola vendita

Ed è inoltre a supporto della definizione delle strategie di:

- Definizione livelli di bench marking
- Training planning

Esperienze

La soluzione è utilizzata all'interno delle funzioni di Merchandising, Financial Controlling, Business Planning, Marketing, Buyer e Retail di uno dei maggiori brand del mercato del lusso Made in Italy.

Utilizza una suite di applicativi, in parte custom ed in parte package, per la gestione del processo di vendita, coprendo tutte le fasi a partire da quella di rifornimento fino alla vendita al cliente finale.